

学校编码: 10384

学 号: 10420051300200

分类号\_\_\_\_\_ 密级\_\_\_\_\_

UDC \_\_\_\_\_

厦 门 大 学  
硕 士 学 位 论 文

地方主流媒体对地方盛事报道研究  
Research on The Reports of Local Mainstream Media  
on Local Grand Events

陈小洁

指导教师姓名: 陈嬿如 教授

专 业 名 称: 新 闻 学

论文提交日期: 年 月

论文答辩时间: 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

年 月

# 厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在      年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名：

日期：      年    月    日

导师签名：

日期：      年    月    日

## 内容摘要

当前，我国的各级政府纷纷举办各种大型盛事，以期通过举办各种盛事来达到提高本地区知名度和塑造城市形象的目的。在这一背景下，大型会展活动往往成为各地争相举办的盛事之一，因为会展活动不仅可以带来巨大的经济效益，更能带来很大的社会效益。而无论是提高城市知名度、塑造城市形象还是提高展会本身的形象与知名度都离不开媒体的报道宣传活动。因而，本研究希望能将展会活动、城市形象、展会形象、媒体报道结合起来进行考察。

本论文将通过研究 1997 年到 2006 年这 10 年间《厦门日报》对中国国际投资贸易洽谈会的报道，主要采用内容分析的方法，试图探索地方主流媒体《厦门日报》对地方盛事（中国国际投资贸易洽谈会）的报道发展的脉络，从中总结出这些报道反映了十年间厦门的会展经济发展、城市形象以及投洽会自身的发展和品牌形象的塑造等。

研究发现，《厦门日报》投洽会相关报道中反映出来的厦门形象总体来说是正面的，厦门从各个方面下手，以期塑造一个良好的会展目的地形象。《厦门日报》的投洽会报道反映出来的展会形象总体而言是积极正面的，投洽会的形象概括起来就是：一个组织得力的多元化、世界性的展会，一个投资洽谈活动活跃、引资成果丰硕的盛会，一个信息发布的平台、交流的讲台和了解世界的窗口，一个受到领导人高度重视的盛会，一个开展高端公关活动的平台。《厦门日报》在报道投洽会的过程中，也随着投洽会的成长而日趋成熟。

最后，本文总结了《厦门日报》投洽会报道在塑造厦门城市形象和投洽会形象方面存在的不足之处和改进的方式，希望对未来的报道活动有一定参考价值。

**关键词：**会展形象；城市形象；媒体报道

## Abstract

Nowadays, the local governments of China like to hold all kinds of grand events. They hope they can make the region become more famous and have better city image by holding more grand events. Then large-scale exhibition become the first choice of the local government because exhibitions can not only make good economic benefit but also make great benefit for the society. But without the reports of the mass media, the aim of imaging the exhibition and the city is hard to be achieved. So the research hopes to understand the relations among exhibition activities, city image, exhibition image and the reports of the mass media.

The thesis mainly studies the reports of *Xiamen Daily* on China International Fair for Investment and Trade(CIFIT) during the years between 1997 and 2006. The research mainly use the research method of content analysis. The rearch wants to probe into the development of the reports of local main-stream media on grand events held by the local government to sum up what had been reflected from all the reports of the local main-stream media and the development of Xiamen's exhibition economy, the city image of Xiamen and the image of CIFIT.

By the research,we know that the city image of Xiamen ,reflected by the reports of *Xiamen Daily* on the CIFIT, is quite positive. The officers and citizens of Xiamen tried their best to promote the image of Xiamen to be a good place for exhibitions. And the image of CIFIT reflected by the reports of *Xiamen Daily*, is also quite positive. The image of CIFIT can be summed up as follows: CIFIT is a welled-organized, cosmopolitan,multi-featured exhibition; CIFIT is a grand event for investment attraction activities; CIFIT is a great platform for information release, communication and collection; CIFIT is a grand event which high-ranking officials pay great attention to; CIFIT is a great platform for PR activities,etc.. We also find out the reports of *Xiamen Daily* on the CIFIT are becoming more and more successful with the developing of CIFIT.

Finally, we conclude the shortingcomings of *Xiamen Daily's* reports on the CIFIT and the possible solutions to better imaging Xiamen and CIFIT. We hope the solutions will be helpful for the media.

**Key words:** Exhibition Image; City Image; Media Reports

## 目 录

第一章 绪 论 .....	1
第一节 研究背景 .....	1
第二节 概念界定 .....	5
第三节 文献检索 .....	6
第二章 研究方法步骤 .....	9
第一节 研究方法 .....	9
第二节 具体操作程序 .....	9
第三章 对《厦门日报》报道内容的分析 .....	11
第一节 各项指标统计 .....	11
第二节 内容类别分析 .....	23
第四章 结 论 .....	42
第一节 报道中反映的厦门城市形象 .....	42
第二节 报道中反映的投洽会形象 .....	43
第三节 启示 .....	44
参考文献 .....	47
后 记 .....	49

## Contents

<b>Chapter 1</b>	<b>Preface.....</b>	<b>1</b>
Section 1	Background.....	1
Section 2	Definitions .....	5
Section 3	Related articles and literature review .....	6
<b>Chapter 2</b>	<b>Research Methods and Procedures .....</b>	<b>9</b>
Section 1	Research Methods.....	9
Section 2	Procedures.....	9
<b>Chapter 3</b>	<b>Content Analysis of <i>Xiamen Daily</i>'s reports .....</b>	<b>11</b>
Section 1	Statistics of all theIndex .....	11
Section 2	Analysis of All Sorts of Contents.....	23
<b>Chapter 4</b>	<b>Conclusions .....</b>	<b>42</b>
Section 1	The City Image of Xiamen.....	42
Section 2	The Image of CIFIT .....	43
Section 3	Conclusions .....	44
<b>References.....</b>		<b>47</b>
<b>Postscript.....</b>		<b>49</b>

## 第一章 绪论

随着我国经济社会的迅速发展,国内各省市为了实现自身的进一步发展,纷纷通过各种方式来树立良好的城市形象,以吸引更多的外来投资,从而促进本地区经济和社会的全面进步。在此背景下,各地纷纷借鉴瑞士日内瓦,德国汉诺威、慕尼黑、杜塞尔多夫,美国纽约、拉斯维加斯,法国巴黎等国际会展名城的经验,大力发展会展业和会展经济,以促进本地经济、社会的全面发展。因此,我国的会展经济伴随着改革开放的不断深入和我国经济的持续快速增长而迅速发展起来。目前,国内已经涌现出北京、上海、广州、大连、深圳、厦门、成都等会展经济初具规模的城市。北京 2008 年奥运会和上海 2010 年世博会的到来必将让更多的国人领略到会展经济的魅力,并促进中国会展经济的发展。

作为最早开放的特区之一,厦门的会展业开始得较早,会展经济经过 20 多年来的发展壮大,在国内已经有相当的实力和知名度。而中国国际投资贸易洽谈会(简称“9.8 投洽会”)作为厦门市一年一度最重要的盛会之一,在厦门会展经济的发展壮大过程中有着不可忽视的作用。

本论文将通过研究 1997 年到 2006 年这 10 年间《厦门日报》对中国国际投资贸易洽谈会的报道,试图探索地方主流媒体《厦门日报》对地方盛事(中国国际投资贸易洽谈会)的报道发展的脉络,从中总结出这些报道反映了十年间厦门的会展经济发展、城市形象以及投洽会自身的发展和品牌形象的塑造等,并探讨如何进一步完善《厦门日报》对投洽会的报道,以更好地塑造厦门的城市形象和投洽会的形象。

### 第一节 研究背景

随着经济和社会的发展进步,会展业和会展经济也得到了长足的发展。会展业被广泛地认为是城市经济发展的“晴雨表”和“助推器”。会展业和会展经济的发展不仅给城市的经济发展注入了巨大的动力,如香港的会展业 2006 年给香港本地带来了 73 亿美元的生产总值,创造了 13000 个新的就业机会<sup>①</sup>,而且对一

<sup>①</sup> 张丽、沈丹阳、朱裕伦、哈永安、梅李玉霞. 回归十年看香港会展业风云变幻[J]《中国会展》,2007(13),49.



个城市知名度的提升和城市形象的推广有着不可低估的作用,如法国嘎纳之所以能成为国际知名城市,与它每年主办嘎纳国际影展和广告节有着密不可分的关系。同时,城市主流媒体在塑造城市形象方面也有着不可取代的优势和不可推卸的责任,因而本研究希望通过研究地方主流媒体《厦门日报》关于地方盛事(中国国际投资贸易洽谈会,其主办地为厦门)的报道来研究地方主流媒体会展报道如何展示会展形象和城市形象以及今后可能努力的方向。以下先通过三个部分来分别简要介绍中国会展经济、厦门会展经济的发展状况和中国国际投资贸易洽谈会的发展历程。

## 一、中国会展经济的发展

1951 年中国第一次组团参加德国莱比锡的春季博览会,被公认为是中国会展业的开端。20 世纪 50 年代到 70 年代,中国的会展业经历了缓慢发展的阶段。20 世纪 80 年代初,随着中国的改革开放和经济的迅速发展,中国的会展业也进入了快速发展阶段。

新世纪以来,中国的会展经济迅猛发展,行业总规模年均增长 20%,中国已经成为亚洲的会展大国。根据商务部的统计,2005 年我国展览项目数达到 3800 个,已经位居世界第二位,仅次于美国。商务部副部长姜增伟在第二届中国会展经济论坛上指出,随着展览专业化、市场化和国际化水平的不断提高,涌现出“广交会”、“厦洽会”、“高交会”等一批具有国际影响力的知名品牌展会。中国将建立会展业的评价和认证体系,力争到 2010 年培育 100 个具有国际影响力的名牌展会。

由于会展经济的发展不仅给主办地带来巨大的经济效益,而且对于主办地优化社会资源、发展社会经济、树立城市形象、提高城市的知名度等方面都有巨大的促进作用,因而不少地方政府都提出了大力发展会展经济的政策,希望实现“会展兴市”的目的。随着我国会展业的发展,目前已经形成了以环渤海、长江三角洲、珠江三角洲三大会展经济产业带为主,东北和中西部地区会展中心城市协调发展的会展经济格局<sup>①</sup>。

## 二、厦门会展经济的发展

厦门的会展经济是伴随着厦门经济特区的开放步伐和社会经济的迅速发展

<sup>①</sup> 陈柳钦. 会展经济与城市发展 [J]. 现代乡镇. 2007 年 (2), 34.

而成长起来的,从1985年第一个现代展会的举办到现在,厦门的会展经济经历了从无到有、从小到大的三个发展阶段:(1)从1985年到1997年为第一阶段,以富山国际展览城的投入使用和福建投资贸易洽谈会的举办为主要标志。这一阶段为厦门会展经济的发展奠定了坚实的基础;(2)从1997年到2000年为第二阶段,以中国投资贸易洽谈会的举办为主要标志,在此期间,投洽会由地方性展会发展成国家级展会,厦门会展经济以此为契机,充分壮大了自己的实力;(3)从2000年至今是第三阶段,以厦门国际会议展览中心的建成和投入使用为标志。厦门会议展览中心先后通过了UFI和ISO9001认证,配套设施齐全,管理规范,服务周到,为大中型展会提供了更大的发展空间,为厦门会展经济的进一步发展奠定了良好的基础。<sup>①</sup>

厦门已形成了若干品牌展会,其中影响力最大的莫过于投洽会和厦门对台出口商品交易会(简称“台交会”)。台交会创办于1997年,目前已成为海峡两岸间规模最大的经贸交流活动,是全国最重要的三大机电进出口展会之一。

此外,厦门定期举办的展会还有中国(厦门)国际石材工业及技术装备展览会(简称“石材展”)、厦门国际消费品博览会(简称“消博会”)、厦门出口礼品交易会(简称“礼品展”)、中国(厦门)国际纺织机械展览会(简称“纺机展”)、亚非拉手工艺品博览会(简称“艺博会”)、中国茶叶、茶具、茶文化博览会(简称“茶博会”)、中国(厦门)国际医药保健品博览会(简称“医健会”)、厦门房地产展示交易会(简称“房展会”)等。<sup>②</sup>

除展览外,厦门还吸引许多国际性、全国性大型会议在厦门召开,如全国煤炭订货会、第10届国际制造工程与管理会议、上海合作组织投资论坛、国际控制与自动化学术年会、环太平洋微米/纳米技术国际学术会、中国百强旅行社论坛等。

厦门会展经济的发展与厦门市政府对会展业的高度重视是密不可分的。厦门市委、市政府高度重视会展业的发展和培育,已正式提出要把会展经济作为厦门经济发展的新增长点和未来第三产业的支柱之一加以重点扶持发展,并根据《厦门市加快海湾型城市建设实施纲要》和《厦门市人民政府关于促进会展业发展的

<sup>①</sup> 2006-2010 厦门会展业发展规划 [Z]. 厦门经贸信息网.

<http://www.sme.net.cn/zwzs/xmhz/zcfg/zcfgnr.asp?id=76&topic=8.2008-01-31>.

<sup>②</sup> 黄菱, 黄菱: 做大做强厦门会展业——厦门会展业的发展现状与基本思路[Z].

<http://business.sohu.com/2003/12/21/63/article217216365.shtml,2008-01-30>.

若干意见》，对会展业的发展进行了准确的定位，努力争取到 2010 年使厦门跨入中国会展名城的行列。<sup>①</sup>

### 三、中国投资贸易洽谈会的发展<sup>②</sup>

中国国际投资贸易洽谈会（简称“9.8 投洽会”）<sup>③</sup>经中华人民共和国国务院批准，由中华人民共和国商务部（MOFCOM）主办，于每年 9 月 8 日到 11 日在福建厦门举行。投洽会是中国目前唯一以促进双向投资为目的的国际投资促进活动，也是唯一通过国际展览业协会（UFI）认证的全球规模最大的投资性博览会<sup>④</sup>。

投洽会的前身是 1987 年开始的福建投资贸易洽谈会。1997 年，经中国国家外经贸部将之升格为中国投资贸易洽谈会，从此投洽会成为中国吸引外资的权威平台，开始进入了迅猛发展时期。2005 年 1 月，经国务院批准，从第九届投洽会开始，中国投资贸易洽谈会正式更名为中国国际投资贸易洽谈会。同年 3 月，投洽会正式通过了全球展览业协会（UFI）的认证，成为全球唯一经 UFI 认证的投资促进类展览会，由此投洽会的国际性得到空前提高。

投洽会的主要内容概括起来有三个方面：展、谈、会。具体来说，展，是指投资和贸易展览，主要包括全面展示和介绍中国及中国大陆各省、自治区、直辖市和香港、澳门特别行政区的投资环境、投资政策、招商项目和企业产品，同时也有来自世界其他国家和地区的投资促进机构和企业前来展示其投资环境、投资政策、招商项目和企业产品；谈，主要是以项目对接会为主体的投资洽谈。项目对接会为投资双方提供一个最直接的沟通渠道与平台，使投资双方在最广泛的范围内选择最适合自己的投资项目和投资合作伙伴；会，主要是指国际投资论坛及系列投资热点问题研讨会、投资说明会、推介会等。

在投洽会的办会力量方面，投洽会是由商务部主办，联合国工发组织、联合国贸发会议、经济合作与发展组织、世界银行国际金融公司、世界投资促进机构协会、中国国际投资促进会协办，由福建省人民政府、厦门市人民政府和商务部投资促进事务局承办，投洽会的成员单位包括科学技术部、国家质量监督检验检疫总局、国家知识产权局、国家旅游局、国务院侨务办公室、国务院

① 黄菱, 黄菱: 做大做强厦门会展业——厦门会展业的发展现状与基本思路 [Z]. <http://business.sohu.com/2003/12/21/63/article217216365.shtml>, 2008-01-30.

② 参见投洽会官方网站: [www.chinafair.org.cn](http://www.chinafair.org.cn), 2008-01-04.

③ 中国国际投资贸易洽谈会在一些媒体的报道中亦被简称为“厦洽会”。

④ 参见 <http://www.chinafair.org.cn/china/overview/about.aspx>, 2008-01-04.

台湾事务办公室、中国国际贸易促进委员会、中华全国工商业联合会、中国人民对外友好协会、中国开发区协会、中国扶贫开发协会、中国外商投资企业协会、中国个体劳动者协会、中国交通运输协会等国家部委、人民团体与行业协会组织；北京市、天津市、上海市、重庆市、河北省、山西省、内蒙古自治区、辽宁省、吉林省、黑龙江省、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、河南省、湖北省、湖南省、广东省、广西壮族自治区、海南省、四川省、贵州省、云南省、西藏自治区、陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区、新疆生产建设兵团、哈尔滨市、青岛市、深圳市、厦门市、香港特别行政区政府、澳门特别行政区政府等各级政府。由此可见，投洽会是中国最重大的官办展会之一。

## 第二节 概念界定

会展，有狭义和广义之分。狭义地说，会展是会议、展览等集体性活动的简称，是指在一定地域空间，由多人集聚在一起形成的定期或不定期的集体性的物质、文化交流活动。<sup>①</sup>广义的会展概念不仅包括会议 (Meeting) 和展览 (Exhibition)，还包括奖励旅游 (Incentive) 和大型活动 (Convention) 以及与之相关的运输、广告、交通等行业，是会议、奖励旅游、大型活动和展览的概称 (MICE)<sup>②</sup>。

会展经济，是一个涵盖范围很大的概念，它是因会展活动的存在和会展产品的交易而引发的经济活动，以及为促进会展业的发展和促成会展产品的交易而引发的经济活动。<sup>③</sup>

城市形象，是指一个城市的内部公众与外部公众对该城市的内在综合实力、外显前进活力和未来发展前景的具体感知、总体看法和综合评价。<sup>④</sup>在内容结构方面，城市形象包括视觉形象、行为形象和理念形象，其中视觉形象是指通过一切可以展示城市形象的要素和场所，将城市的特征、特点、个性及理念等显现在城市公众面前，如市花、公共设施、城市建筑、市容市貌等；行为形象是指城市政府、机构、组织、市民等所表现的各种具体的行为规范和运作方式，

① 过聚荣.2006-2007 中国会展经济发展报告[M].北京：社会科学文献出版社.2007.7.

② 陈来生.会展经济[M].上海：复旦大学出版社.2005,1-2.

③ 陈来生.会展经济[M].上海：复旦大学出版社.2005,7.

④ 彭靖里、马敏象、安华轩.中国城市形象建设的发展现状及其展望[J].中国软科学.1999(2),97.

如政府的办事效率、市民的修养举止；理念形象是城市发展的价值取向和思维观念。<sup>①</sup>

城市会展形象，是城市作为一个会展目的地在人们头脑中的应该具有的形象，是城市形象的一个功能表现，是城市形象的一个子系统，它具备城市形象要素中同城市会展业发展相关的要素。城市会展形象能够影响人们是否来该市参加会展活动。<sup>②</sup>

### 第三节 文献检索

#### 一、城市形象

有关城市形象的研究中，美国著名建筑学教授凯文·林奇最早明确提出了“城市形象”这个概念。他在1960年出版的《The Image Of The City》中指出城市形象是人们对城市的印象和感知；城市形象的五个构成要素是：道路、边界、区域、节点与标志物。凯文·林奇的城市形象理论主要是指城市的景观，是局限于城市规划、设计和建设范畴内的概念。20世纪60年代以后，随着科技的进步和社会生产力的发展，城市形象对于城市发展的作用也日益显现，城市形象对城市的经济和社会发展的推动力越来越大，关于城市形象的研究也呈现更多的方向与层次。城市形象的研究被划分为不同的派别，包括：城市规划派、文化因素派、生态环境派与政府公关派。<sup>③</sup>由于本研究主要针对的是媒体报道内容上所反映的城市形象，因而与本研究相关度较高的派别为政府公关派，因为在政府公关派的研究中，政府公关派认为在城市形象管理的定位、优化、传播三个环节中，政府的公关行为起到了主导的左右。而无论是在Lawrence J. Vale等学者编写的《Imaging the City》，还是Eli Avrahamd的论文《Media Strategies for Improving an Unfavorable City Image》、Peter Drier的论文《How the Media Compound Urban Problems》都提到了媒体在城市形象的塑造方面的作用与影响，对本研究有较大的参考价值。

国内关于城市形象的研究开展得比较迟。1988年郝慎钧在翻译《城市风貌设计》（原著 池则宽原）一书中认为：城市的风貌是一个城市的形象，是对一个

① 谢明磊.城市营销中的城市形象的定位、设计与传播[D].硕士学位论文.上海财经大学.2005,16-17.

② 樊莉莉.会展形象研究概论[J]商业时代.2006(32),78.

③ 彭洁.城市形象管理中政府行为比较研究[D].硕士学位论文.上海师范大学.2006,10-13.

城市最有力、最精彩的高度概括；城市形象会给人留下深刻的印象。需要指出的是《城市风貌设计》一书中的城市风貌、城市形象的概念仍然是属于城市设计、城市景观的范畴。国内的城市形象研究也大致可以分为城市规划派、CIS派、城市形象派、政府公共关系派。城市规划派主要继承了西方城市规划派的观点，重点在于城市硬件形象的管理；而CIS派是将企业的CIS(Corporate Identity System)导入到城市的形象管理中来，建立城市的意念识别、行为识别、视觉识别三大系统；城市形象派主要强调城市形象与企业形象有着本质的区别，城市形象建设与管理有着比企业CIS更加丰富的内涵；政府公共关系派的研究开展得比较晚，不过也有一些有借鉴意义的研究，如徐根兴的《论城市公关与城市形象》一文指出“通过公关活动，可以向国内外推出城市形象”，要制定“明确而富有远见的宣传战略”，并利用新闻宣传界的力量来塑造城市形象<sup>①</sup>；温廷别在《城市形象与政府公关》中指出“政府应重视与新闻媒体建立良好与密切的关系”，“向广大公众主动传播城市形象建设方面的信息，营造良好的舆论氛围，从而推动城市形象建设的顺利开展<sup>②</sup>”；谢昕、李晓玉、李彦军在《政府公关在城市形象塑造中的作用》中更指出不仅可以利用各种传播媒介和手段来塑造城市形象，也可以通过举办一些有特殊意义的活动来塑造城市形象<sup>③</sup>；此外方世敏、苏婵的《论政府公关与城市形象建设》也就城市形象与政府公关的关系做了精彩的论述。

## 二、城市会展形象

由于我国会展业发展得比较迟，关于城市会展形象塑造的研究也开展得比较晚，但是现有的关于城市会展形象塑造的文献仍对本研究有着重要的指导意义。冷晓在《杭州会展业的发展研究》中提到：会展业可以改善和塑造新的城市形象<sup>④</sup>；卞显红的《会展旅游参与者决策过程及其影响因素研究》一文指出会展活动可以提升城市形象，促进城市建设，提高城市地位<sup>⑤</sup>；王书占等认为会展经济的发展有利于树立国际大都市的形象，提升城市经济效益<sup>⑥</sup>；刘英茹在《会展经济，城市形象的一抹亮彩》中指出：会展经济创造了高效、快捷的城市形象传播渠道，

① 徐根兴.论城市公关与城市形象[J].兰州大学学报(社会科学版).1995(23), 80-83.

② 温廷别.城市形象与政府公关[J].公关世界.1998(10), 11.

③ 谢昕、李晓玉、李彦军.政府公关在城市形象塑造中的作用[J].科技进步与对策.2000(10), 186.

④ 冷晓.杭州会展业的发展研究.[J].商业经济与管理.1999年(4), 57.

⑤ 卞显红.会展旅游参与者决策过程及其影响因素研究[J].旅游学刊.2002年(4), 59-62.

⑥ 王书占、郭敏.城市会展经济问题调查与思考[J].江苏商论.2002(12), 32-33.

成功的会展会使城市形象锦上添花<sup>①</sup>；赵宁、樊莉莉的《会展形象研究概论》分析了会展形象的作用，提出了会展形象的构成要素，包括核心要素和基础要素<sup>②</sup>。

同时，不少学者也指出建立鲜明的会展目的地形象的重要性。刘德艳提出了会展胜地的概念，认为会展胜地就是举办会展活动享有盛誉的地方<sup>③</sup>；卞显红也认为目的地形象是会展旅游者决策过程中的重要影响因素<sup>④</sup>。

杨丽萍的《中国—东盟博览会与南宁城市形象提升》指出南宁以绿色经济和绿色文化为核心，以中国—东盟博览会为载体，通过公共关系手段的应用，提升了南宁的城市形象<sup>⑤</sup>。该文章以个案研究的形式来探讨展会与城市形象的关系，是城市展会形象研究中比较突出的个案研究。

戴光全、保继刚的《‘99 世博会对昆明城市形象的影响研究》一文更使用问卷调查所得的数据，通过量化研究，得出‘99 世博会对昆明的城市形象起到了良好作用的结论，塑造出了健康发展的城市形象，并引导居民表达对城市的一致认可。<sup>⑥</sup>这一研究通过翔实的数据来反映展会与城市会展形象的关系，对城市会展形象的进一步研究有十分积极的意义。

在整个文献资料检索过程中，没有找到直接把会展形象与会展新闻报道相结合的研究。因此，本研究将通过研究会展新闻报道来归纳和探讨其中所展现的城市形象与会展形象，并进一步探讨《厦门日报》的投洽会报道的不足之处，从而更好的报道投洽会和塑造厦门的城市形象和会展形象。

① 刘英茹. 会展经济, 城市形象的一抹亮彩[J]. 城乡建设. 2002(4), 57-58.

② 赵宁、樊莉莉. 会展形象研究概论[J]. 商业时代. 2006(32), 78-79.

③ 刘德艳, 叶文, 吴明远. 云南省会议会展旅游的现状与发展趋势分析[J]. 经济问题探索. 2001(7), 24.

④ 卞显红. 会展旅游参与者决策过程及其影响因素研究[J]. 旅游学刊. 2002(4), 59-62.

⑤ 杨丽萍. 中国—东盟博览会与南宁城市形象提升[J]. 改革与战略. 2005(4), 7.

⑥ 戴光全、保继刚. ‘99 世博会对昆明城市形象的影响研究[J]. 人文地理. 2006(1), 29-33.

## 第二章 研究方法步骤

### 第一节 研究方法

文献研究法：资料来源于网络期刊和一些书籍，基本上是对他人的研究成果作二次分析。

内容分析法：分析《厦门日报》十年来对中国国际投资贸易洽谈会的报道，试图总结出报道中所反映的厦门的城市形象和展会形象。

### 第二节 具体操作程序

#### 一、媒体选择

本次研究选择《厦门日报》是因为《厦门日报》是厦门市委机关报，是厦门最有影响力的主流媒体之一。《厦门日报》创刊于 1949 年 10 月 22 日，经过 50 多年的发展，《厦门日报》已经成为厦门广大市民和企事业员工了解厦门，了解福建，了解全国，甚至了解全球的重要窗口之一。《厦门日报》广受群众的喜爱和好评，它的发行范围超出厦门，覆盖闽南地区，并且自费订阅率超过百分之七十。由于中国国际投资贸易洽谈会是厦门每年举办的一大盛事，因而《厦门日报》对其进行了广泛而深入的报道，为本研究提供了丰富的资料来源。

#### 二、时段界定

中国国际投资贸易洽谈会是从 1997 年开始由原来的福建投资贸易洽谈会升格为中国投资贸易洽谈会，办会层次和规模有了一个飞跃式的提升，因而本次研究选择从 1997 年开始。十年磨一剑，经过十年的发展，投洽会也经历了各种考验并得到了成长壮大。因此，本次研究选取了《厦门日报》从 1997 年到 2006 年这十年间对十届投洽会的报道作为研究对象。而在具体的研究时段的选择方面，根据《厦门日报》对投洽会报道的总体情况，本研究选择从每年的 7 月底（一般情况下，对投洽会的报道始于投洽会开幕倒计时 40 天，即 7 月 30 日左右）到 9 月中旬（投洽会 9 月 11 日闭幕，但是关于投洽会的报道可能会多持续几天）出现在《厦门日报》上的所有的关于投洽会的报道。由于这一期间关于投洽会的报



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库